

旅游保险发展对策探析

宋明岷

(厦门大学金融系, 福建 厦门 361005)

摘要:我国旅游市场的火热与旅游保险的冷清形成强烈反差,但价格并不是旅游保险消费数量少的真正原因。文章从消费者、保险人角度探析旅游保险发展缓慢的原因,指出风险防范意识淡薄、旅游保险产品单一、供需渠道对接不畅是制约旅游保险发展的主要因素,应当从中寻求发展对策,并对旅游保险中的强制保险这一新问题进行了探讨。

关键词:保险市场; 旅游保险; 强制保险

中图分类号: F840.62 **文献标识码:** A **文章编号:** 1002-2740(2006)02-0045-02

从经济学角度分析,旅游保险应当是旅游消费的互补品。消费者用于旅游的支出越多,旅游占收入比重越大,就会购买更多的旅游保险。因此随着旅游市场的发展,旅游保险应当呈现出正向的、同步的发展趋势。随着我国城镇居民收入水平的不断提高,外出旅游逐步成为大众支配闲暇时间的首选方式。但是,旅游市场的火热并没有相应地带来旅游保险的增长,与近几年旅游升温相伴而行的却始终是旅游保险的冷清局面,这有悖于经济学常理。结合笔者新疆之旅的切身体验,可以一窥形成这种困境的原因。

一、旅游热而旅游保险冷的原因探析

(一) 价格不是旅游保险消费数量少的真正原因

价格是影响消费最重要的因素,因此我们很自然会问:是保费太贵吗?非也。笔者新疆之旅所购买的旅游保险一天只需一元钱。这是一份保费10元,期限10天的旅游“平安意外伤害保险”,由中华联合财产保险公司提供并承保50000元的意外伤害保险和10000元的意外伤害医疗保险,自购买保险时至结束本次旅游离开旅行社指定的交通工具时止。对旅游者而言,相较于一次上千元甚至上万元的旅游支出,一天几元钱的保费支出是完全可以承受的,旅游保险的费用所占比例其实很小。因此,价格并不是影响旅游保险消费的真正原因。

其实,尽管笔者所学专业是保险学,但在出发之前并未购买保险,因为这是一次匆忙做出决定的自助游,从决定出发、收拾行李、购买机票不到48小时。在网友的联系下,笔者加入了一个由几名互不相识的年轻人自发组成的小团队,共同包车出游。就在从乌鲁木齐出发前往喀纳斯的那天早上,笔者才知道车是从一家旅行社包的,该旅行社规定必须要购买保险才能上路。考虑到每人一天只需要花一元钱就可以拥有这份保单,而且于己有益无害,于是大家欣然够买了这份保险。既然价格不是主要原因,消费者为何仍不青睐旅游保险呢?

(二) 从消费者角度分析:风险防范意识淡薄,对旅游保险不了解

旅游保险的潜在消费者可以分为两类:团体游消费者

与自助游消费者。这两类消费者的风险防范意识都较为淡薄、对旅游保险了解甚少,但略有差别。

团体游消费者主要通过参加旅行社外出旅游,在没有实行旅行社旅游责任险之前,游客通过旅行社团购买保险。2001年9月1日,《旅行社投保旅行社责任保险规定》正式推行,旅行社必须购买旅行社责任险,同时不再为游客代买旅游意外险。这也导致参团游客对旅游保险存在一些误解,以为只要在旅游途中的一切意外事故都应该由旅行社全部负责。实际上,旅行社责任险与旅游意外险是不同的险种,二者不能混为一谈。旅行社责任险作为责任险的一种,若游客由于旅行社的责任而造成人身或财产损失,保险公司将代表旅行社承担赔偿责任,对游客的人身伤害或财产损失进行赔偿,但是在诸如蹦极、潜水、攀岩等自发性旅游项目或是游客在旅行中生病、住院等费用的发生,均不在保障之列。这里所指自发性项目是指未列入旅游行程之中,但旅行社常常会向游客推荐,由游客自主决定是否参加,并且费用完全自理。此外,贵重物品及现金损坏或丢失,也不在保障范围之列。

统计表明,目前国内自助游游客数量已达到出游总人数的80%,与该数据形成鲜明对比的是其中购买旅游意外险的游客不足10%,出境游客的保险需求略高,大约有30%的出境旅客购买了人身意外险。尽管自助游游客的保险意识正在提升,但总体上购买旅游保险的游客比例还很低,远未达到欧美国民“不买保险不出门旅游”的状况。究其原因,除了人们的保险意识淡薄、保险消费观不成熟外,对保险功能的认识与理解十分有限。即便游客某次出游购买保险,下次出游就很可能不再购买。从心理学角度分析,此次出行购买保险没有发生意外,但支出费用却增加了,游客会觉得购买保险的钱白花了,由此便产生侥幸心理。与此相应,重大意外事故发生后保险购买量短期内会迅速上升,如“包头坠机事件”后航空意外保险销量激增,但一段时间后又恢复至原来的水平。一方面是民众保险意识淡薄,存在侥幸心理,另一方面是对险种不了解,大多数出游者并不知道有哪些旅游险种,由哪家保险公司提供,也不知道如何根据出行特点购买适当的保险。

(三)从保险人角度分析:产品品种单一、利润微薄、供需渠道不畅

我国目前的旅游保险险种分两种:旅行社责任险与旅游意外伤害险(团体险),针对自助游的险种甚少。此次新疆之行笔者购买的保险凭证背面印着保险对象、保险期限、保险责任、除外责任及给付手续。该保险的对象是:凡旅行社、机关、团体、企事业单位组成团体旅游时,可以为旅行者(被保险人)向本公司投保本保险。由此可知,保险对象是参团游的旅行者。太平人寿在2004年国庆节前推出“自驾车意外伤害保险”,该产品尽管改变了自助游无保可投的状态,却也只是面向驾车族,大部分自助游游客仍然投保无门。

对保险公司而言,可能认为旅游保险仅是一个小险种,利润微薄。保险公司每份“旅游意外险”保单的收益在20元左右,而一份寿险保单的收益则是几千元。因此,大多保险公司没有热情、不愿投入太多的精力去经营旅游保险,而是将旅行社代理视为销售这一险种的主要渠道。但旅行社并非专业的保险代理人,由于保险知识有限,无法向游客进行有效的宣传,并且在旅行社已投保责任险的情况下,旅行社也没有推销旅行意外险的热情。此外,由旅行社代理销售旅游保险也意味着自助游游客的保险需求难以找到合适的实现渠道。

调查表明,许多保险公司存在长假前夕突击销售旅游保险的现象,如“太平人寿”自驾车意外伤害保险,在国庆节前几天才推出,旅游者关注的概率较低。针对目前旅游市场的现状,不少公司年休假制度的灵活性使自助游的游客往往避开高峰期出游,亦有学者呼吁带薪休假,减轻“黄金周”出游导致各个景点的过重负荷。这就要求旅游保险营销方式要作出相应的调整。

二、旅游保险的发展空间与对策

2003年全国出游人数达8.7亿人/次,若每人支出保费10元钱,旅游意外险一年就能有近90亿元的巨额收入。中国即将跨入世界旅游大国,旅游市场前景极为广阔,旅游保险也必将成为一个极具诱惑力的市场。因此,各保险公司应抓住机遇,积极寻求对策。

(一)转变观念,拓宽保险营销渠道

保险公司首先必须转变观念,重视发展旅游保险,借鉴发达国家旅游保险市场运作模式,从中吸取适合我国国情与保险市场的成功经验。仅以旅行社代理营销旅游保险存在很大的局限性,必须拓宽保险营销渠道。当前,可在相关旅游网站推出旅游保险的简介或链接,充分利用网络的便利推销保险,加强对潜在市场的培育和引导,搭建起需求与供给的沟通桥梁,但在条款设计与投保便利性方面还有待改进。此外,在机场、火车站等地委托销售旅游保险或者设立保险专柜也不失为一个方便游客购买保险的措施。

(二)提升服务,优化产品,满足并引导消费者保险需求
笔者在新疆之旅最后几天的行程中,见到沿路的多起

交通事故,想到自己已经没有保险保障在身,不禁颇有点担忧。自助游的期限往往不定,少则2~3天,长则半月一月有余,应根据游客出游天数提供保险保障,为客户推出个性化保单,旅游保险的保障范围能否拓宽,能否根据客户的不同需求,满足并引导客户,这都是值得思考的问题,如:美亚保险公司就推出了一款涵盖了“航班延误”责任的意外险,即国际游航班延误每6小时赔300元,最高赔额1800元。国内航空业航班延误现象时有发生、出现纠纷又难以得到妥当处置,这款涵盖“航班延误”的意外险无疑受到市场的广泛关注和好评。因此,旅游保险的产品与服务都必须更人性化,更贴近旅游者。又如中国平安人寿保险公司联合德国慕尼黑再保险集团控股的Euro Alarm和Euro Center推出“平安境外旅行紧急救援医疗保险”,客户在境外遇到意外事件或突发急性病时可联系Euro Alarm,相关的费用由平安通过Euro Alarm直接支付,确保客户在第一时间得到有效的救援和治疗,从而突破了普通保险产品“先自付、后理赔”的传统操作模式。此外,该险种还为出境人员提供全面的紧急救援医疗保障,根据客户特殊需要还能提供相应的增值服务。这种完全以客户需求为前提的旅游保险产品带来的不仅仅是公司保险业绩提升,更有可能获得忠诚度极高的客户群,是保险业务发展最宝贵的资源。

三、一个值得关注的问题

在这次旅途中,笔者还遇到一个悬而未解的谜,但它引发了一个值得深入研究的问题:即旅游中的强制保险。在库尔勒的库车大峡谷,笔者所购门票背面印着“PICC”字样,这究竟是中国人民保险公司对该景点承保还是纯粹为了打广告,如果有承保,险种是什么,期限多长,保费多少,是否包含在门票中等等,这一系列的问题都成为未解的疑问。尽管没有答案,却启发笔者想到这样一个问题:需不需要在旅游景点推行强制性保险?或者说,应不应该让游客在购买景点门票的同时购买保险?如果在景点推行强制保险,是否能为游客提供更多的安全保障。如果游客已经购买了旅游意外险,景点门票中的保费无疑成为多余,除非二者提供的保障有所不同。换一个角度思考,由旅游景点管理部门购买公众责任保险是否可行?把保费支出转嫁给游客是否合理?这些都是值得进一步探讨的问题。

参考文献:

- [1]陈冠中.旅游意外险缘何看的多买的少[N].国际金融报,2004-09-22.
- [2]杨炜峰.旅游保险:小险种有大用处[N].厦门晚报,2004-09-25.
- [3]史丽萍.旅游意外险欲借长假激活[N].广州日报,2004-09-27.
- [4]程维.八成五市民国庆拟出游[N].广州日报,2004-09-29.

(责任编辑:周冰)

(责任校对:周冰 鄢庆英)